

ӘЛ-ФАРАБИ атындағы ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ имени АЛЬ-ФАРАБИ



РОӘК ОӘБ отырысы аясындағы өтетін
«Университеттегі білім беру бағдарламаларының экспорттық әлеуетін және бәсекеге қабілеттілігін
арттыру» атты

47-ші ғылыми-әдістемелік конференциясының
МАТЕРИАЛДАРЫ
2017 жылдың 26-27 қаңтары

2-кітап

МАТЕРИАЛЫ

47-ой научно-методической конференции

«Повышение конкурентоспособности и экспортного потенциала образовательных программ» в рамках
заседания УМО РУМС

26-27 января 2017 года

Книга 2

Алматы
«Қазақ университеті»
2017

Құрманалиева А.Д., Утебаева Д.С. ДІНТАНУЛЫҚ БІЛІМ БЕРУ БАҒДАРЛАМАЛАРЫНЫҢ САПАСЫН ЖАҚСARTУ МӘСЕЛЕЛЕРІ	262
Қартаева Т. МУЗЕЙЛЕРДІҢ ЖАҢА ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫН ПӘНАРАЛЫҚ БАЙЛАНЫСТА ОҚЫТУДЫҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІ МАМАН ДАЯРЛАУДАҒЫ МАҢЫЗЫ	264
Қондыбаева С.К., Қалиева А.Е. ЭКОНОМИСТЕРДІҢ ЖОО-ДА ДАЙЫНДЫҒЫ БАРЫСЫНДА ЖЕТІЛДІРУДІ ҚАЖЕТ ЕТЕТІН НЕГІЗГІ ҚҰЗЫРҚТТЕРІ	267
Литвиненко Ю.А., Ескалиева Б.К., Умбетова А.К., Бурашева Г.Ш. ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ПО ИНДИВИДУАЛЬНЫМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМ ТРАЕКТОРИЯМ «ХИМИЧЕСКАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ПРИРОДНЫХ СОЕДИНЕНИЙ», «ХИМИЧЕСКАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ПЕРЕРАБОТКИ РАСТИТЕЛЬНОГО СЫРЬЯ» И СВЯЗЬ С ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМИ СТАНДАРТАМИ	269
Маженова Ж. А. ЖОО-ДА БІЛІМ САПАСЫН АРТТЫРУ МАҚСАТЫНДА ИНТЕРАКТИВТІ ӨДІСТЕРДІН РӨЛІ	272
Мамырбекова Г.А. К ВОПРОСУ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА НА МАГИСТЕРСКОЙ ПРОГРАММЕ ДВОЙНЫХ ДИПЛОМОВ	274
Махмұтов А. Э. БИЗНЕС ШКОЛЫ Г. АЛМАТЫ: СИТУАЦИЯ И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ПРОГРАММЫ МВА	276
Медуханова Л.А., Бекмұхаметова А.Б. ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗРАБОТКИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ ВУЗА В СООТВЕТСТВИИ С ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМИ СТАНДАРТАМИ	278
Ментебаева А.Е. ҚАЗІРГІ ЖОО БІЛІМ БЕРУ ЖҮЙЕСІНДЕГІ КЕЙБІР ПРОБЛЕМАЛАР	282
Мийманбаева Ф.Н., Жарқынбаева Р.С. КАЧЕСТВО ОБРАЗОВАНИЯ КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМ ПРОЦЕССОМ НА ФАКУЛЬТЕТЕ ИСТОРИИ, АРХЕОЛОГИИ И ЭТНОЛОГИИ	283
Моисеева Е.С., Каруна О.Л., Жакебаев Д.Б. ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ В ПРОГРАММАХ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ГПИИР (МАГИСТРАТУРА ГПИИР-2)	285
Молдабекова М.С., Асембаева М.К., Федоренко О.В. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДОЛГИИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ КАЧЕСТВА В ПОДГОТОВКЕ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ФИЗИЧЕСКИМ СПЕЦИАЛЬНОСТЯМ	288
Молдабекова М.С., Асембаева М.К., Нурмұханова А.З. О ПУТЯХ ИНТЕГРАЦИИ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ В ПОДГОТОВКЕ МАГИСТРАНТОВ ПО ПРОГРАММЕ ГПИИР	290
Мұхатаева К.А., Турашева С.К. МИИДБ БАҒДАРЛАМАСЫ БОЙЫНША ОҚЫТУДЫҢ КӘСІБИ ҚҰЗЫРЕТТІЛІГІ	292
Мұхатова О.Х., Жақұпова Г.Т. АРХИВТАНУШЫ МАМАНДАРДЫ ДАЯРЛАУДАҒЫ ҚОС ДИПЛОМ	294
Мұхатова О.Х. ТАРИХНАМАЛЫҚ ДЕРЕКТЕРМЕН ЖҰМЫС ЖАСАУДА БІЛІМ МЕН ҒЫЛЫМДЫ ҰШТАСТЫРУ	296
Мынбаева А.К. КАЧЕСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И РЕФЛЕКСИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ ПЕДАГОГА	301
Нармұратова М.К., Қашқынбаева З.К., Ерназарова Г.И. БОЛАШАҚ ПЕДАГОГТАРДЫҢ ҒЫЛЫМИ ТІЛМЕН СӨЙЛЕУ МӨДЕНИЕТІН ҚАЛЫПТАСТЫРУДЫҢ МАҢЫЗЫ	302
Нурқанова Р.О., Аптақова М.Н. О СЕРТИФИКАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КВАЛИФИКАЦИЙ ВЫПУСКНИКОВ ТЕХНИЧЕСКОГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ	304
Нурсейтова Г.Б., Смағұлова Г.С., Жумағазиева А.Г. ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЯ В КАЗАХСТАНЕ	306
Нурсейтова Г.Б., Купешова С.Т., Унербаева Р.У. СООТВЕТСТВИЯ ОСНОВНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ «МЕНЕДЖМЕНТ» ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ СТАНДАРТАМ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН	309
Нүрпейісова Б.Е. ҚҰЖАТТАНУШЫ ЖӘНЕ МҰРАҒАТТАНУШЫ КӘСІБИ МАМАНДАРЫНЫҢ БІЛІМ БЕРУ	311
Нюсупова Г.Н., Кенесбаева Л.Б. ФОРМИРОВАНИЕ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТРАЕКТОРИЙ СПЕЦИАЛЬНОСТИ «5В060900-ГЕОГРАФИЯ» В УСЛОВИЯХ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ	314
Омирбекова Н.Ж., Кенжебаева С.С., Жусупова А.И., Жусупова Г.Е., Жунусбаева Ж.К., Кобегенова С.С. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ ПРИ ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ГПИИР	316
Панова Е.Н., Сейлханова Г.А., Жусупова А.К., Иманғалиева А.Н. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ СЕРТИФИКАЦИИ СПЕЦИАЛИСТОВ ГОРНО-МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ	318
Плохих Р.В. КАЗАХСТАНСКИЙ ПОДХОД К НАПРАВЛЕННОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В ОБЛАСТИ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ «ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ»	320
Рахматуллаева Д.Ж., Салибекова П.К. ВАЖНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИН ИЗ ЦИКЛА «МАКРОЭКОНОМИКА» В РАМКАХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ КАЗНУ	323
Рожков А.В. ДИАПАЗОН ПРОФЕССИОНАЛИЗАЦИИ ВЫПУСКНИКА ДЛЯ СФЕРЫ КОММУНИКАЦИЙ	324

Рожков А.В.

ДИАПАЗОН ПРОФЕССИОНАЛИЗАЦИИ ВЫПУСКНИКА ДЛЯ СФЕРЫ КОММУНИКАЦИЙ

Сфера публичных коммуникаций расширяется и в мире, и в Казахстане, вовлекая в индустрию капиталы, человеческие ресурсы, предлагая рынку новые услуги. Только в течение 10 последних лет эволюционировали и трансформировались традиционные инструменты связей с общественностью, коммуникативные технологии охватывают новые направления [1]. В профессию связь с общественностью (PR) приходят оригинальные идеи, ставятся новые задачи, совершенствуется само профессиональное сообщество. Несмотря на очень короткий срок существования профессии связь с общественностью в Казахстане, она стала активным общественным институтом, увеличивается ее присутствие в вузах страны, обогащается научная база.

Переход образования Казахстана к Болонской модели меняет прежние классические подходы обучения на инновации. Изменения затрагивают не только высшую, но и среднюю школу, и рынок труда. Усиливается

реальный процесс их взаимодействия [2]. С каждым годом, следуя запросам работодателей, образовательные программы казахстанских вузов абсорбируют практический компонент в виде кейсов, проблемно-ориентированных заданий, деловых игр и пр. Выпускник вуза всегда интересен работодателю – он не имеет профессиональных стереотипов, мобилен, стремится к карьерному росту. Вместе с тем априори принято считать, что при приеме на работу вчерашнего бакалавра, компания вкладывает в него гораздо больше, чем он может отдавать ей на первоначальном этапе. Отчасти такое положение имеет под собой основание. Многие организации и фирмы предпочитают специалиста с определенным опытом. Но есть и такие структуры, которые подобный практический задел считают ненужным багажом. Поэтому выпускнику при поиске места трудовой самореализации приходится неоднократно трансформировать полученные в вузе знания и навыки. Работодателем, безусловно, признаются знания выпускника, ценится его специализация, а также гибкость в адаптации к конкретным условиям, карьерные задатки и желание самореализации. Поэтому важными направлениями, кроме традиционных требований к образовательным программам, в обучении специалиста по коммуникациям, в частности, PR, выступают:

- концепции профессии,
- четкие цели обучения,
- новейшие информационные ресурсы профессии,
- баланс потребностей личности, общества, профессионального сообщества на данном этапе и в ближайшей перспективе.

В настоящее время у специалистов, в зависимости от должности, от 40 до 90 процентов времени занимают коммуникации. Отсутствие четко организованного вертикального и горизонтального взаимодействия может привести к снижению результативности работы или даже в целом к ее дезорганизации. В течении прошлого и в новом году в Казахстане случились инциденты, например, связанные с земельной реформой. В них пришлось вмешаться Президенту Н.А. Назарбаеву, который признал, что страна не справилась с текущими информационными вызовами. Ситуация с введением временной регистрации также показала недостатки коммуникационного процесса с населением в целом. Поэтому специалисты по PR, занимающие разные должности – пресс-секретаря, имиджмейкера, спичрайтера, коопрайтера, SMM-специалиста, event организатора и др., способны обеспечить все заинтересованные стороны нужной информацией, наладить постоянные контакты, подготовить повестку дискуссий, резюмировать и сформулировать различные точки зрения, выяснить реакции, помочь участникам обсуждения корректировать условия, препятствующие общению. Специалист по PR – профессиональный сотрудник (разного уровня), целенаправленно планирующий, разрабатывающий, внедряющий коммуникационные и информационные стратегии-действия, которые создают понимание и благоприятное мнение об организации, фирме, товаре, событии или персоне.

Получение высшего образования не предусматривает приобретение таких важных составляющих как автоматическая интеграция в коллективе, достижения в профессии, но оно является безусловно ключевым стартом для их получения. Основная доля успеха зависит от личности каждого. Но вместе с тем, в становлении такой личности должно помочь профессиональное сообщество. А для этого необходимо создать специальные инструменты. К ним можно отнести, в частности, профессиональный стандарт. С 2016 года, согласно Трудового кодекса, Национальная палата предпринимателей «Атамекен», совместно с отраслевыми объединениями работодателей и отраслевыми объединениями работников, на основе отраслевых рамок квалификаций, занимается разработкой профессиональных стандартов. Необходимость в их внедрении не вызывает сомнения. Работодателям нужны квалифицированные сотрудники, регулярно повышающие свою квалификацию, вузы должны четко знать, какие компетенции они должны давать обучаемым, чтобы выпускники были потом востребованы, сами специалисты также заинтересованы в актуальных навыках и уровне качественной профессиональной подготовки.

Профессиональный стандарт по специальности связь с общественностью был разработан и введен в 2015 году, до принятия новой нормы о разработке стандартов профессиональным сообществом. К сожалению, данный документ получился сырым и сразу же, после введения в действие, устаревшим. Его создатели предложили свою трактовку возможной профессиональной деятельности, ограничившись всего тремя профессиями: «менеджер по связям с общественностью», «начальник отдела по связям с общественностью» и «заместитель директора по связям с общественностью». Но такой подход никоим образом не отражает ни суть профессии, признанную в мире, ни ситуацию, сложившуюся в сфере связей с общественностью в Казахстане. О разработке и содержании данного стандарта не были поставлены в известность ни профессиональное сообщество (НАСО, PR-шы, пресс-клубы, агентства), ни образовательные учреждения (университеты, РУМС). Понятие «менеджер по связям с общественностью» не является в настоящее время корректным и сужает всю сферу деятельности до нескольких определенных функций. Предлагаемая в качестве руководящей профессия «заместитель директора по связям с общественностью» в Казахстане вообще на практике мало распространена.

В карточках вида трудовой деятельности произведена абсолютная подмена понятий, существующих уже более 100 лет в профессиональной деятельности по СО (PR). Фактически она сводится к одному направлению – медиарилейшнз (сотрудничество со средствами массовой информации), да и в целом дублирует в определенной степени деятельность коллег-журналистов. Наименование трудовых функций носит описательный характер, без

опоры на качественное содержание. В таблице 1 представлена карточка из профессионального стандарта «Деятельность по связям с общественностью» [3].

Таблица 1. Вид трудовой деятельности (профессии) «Менеджер по связям с общественностью»

Шифр	Наименование трудовой функции (единицы профессионального стандарта)
Ф 1	Взаимодействие со средствами массовой информации и общественными структурами
Ф 2	Организация мероприятий и подготовка информационных материалов для средств массовой информации
Ф 3	Разработка планов работы, их финансового и организационного обеспечения

Примечание: Ф – функция

Считаем, что ее необходимо представить в другом виде, различные варианты обсуждались на встречах и конференциях на факультете журналистики в КазНУ им. аль-Фараби, и предлагаемый вариант – в таблице 2.

Таблица 2. Вид трудовой деятельности (профессии) «Специалист по связям с общественностью»

Шифр	Наименование трудовой функции (единицы профессионального стандарта)
Ф 1	Информирование общественности о деятельности компании, клиента или услуги
Ф 2	Организация PR-мероприятий и подготовка информационных и имиджевых материалов
Ф 3	Разработка и реализация PR-стратегий

Примечание: Ф – функция

К функциям специалиста по связям с общественностью (PR) относятся: информационное обеспечение внутренней и внешней политики компании, клиента или услуги; формирование общественного мнения внутри страны и за рубежом; установление плодотворных отношений между организацией и ее аудиториями; принятие решений в сфере коммуникативного пространства, коммуникационные операции в сфере информационного взаимодействия, управление восприятием; создание рекламных материалов и PR-текстов; участие в повышении конкурентоспособности предприятия и его товаров и услуг; гармонизация внутрикорпоративных отношений; интерпретация эффективных посланий целевым аудиториям; поиск и рациональное использование финансовых средств для проводимых акций. Поэтому необходима коррекция или создание новых карточек.

Для внутренней регуляции каждой профессиональной сферы предлагается создание системы сертификации профессиональным сообществом. Сообщество у нас есть, Национальная ассоциация по связям с общественностью (НАСО) действует активно и уже неоднократно поднимала вопрос о необходимости такой процедуры. Но, скорее всего, в связях с общественностью Казахстана, данный процесс будет запущен не в ближайшие годы. Важно в целом для всех профессиональных сообществ обеспечить четкость и прозрачность механизма сертификации специалиста. Пока такие правила действуют в системе здравоохранения. Внедрить их в систему PR на основе утвержденного Министромтруда и социальной защиты населения РК профстандарта профессии, значит, просто на корню загубить рациональную идею. По поводу сертификации хочется высказать несколько предложений.

Во-первых, она должна быть сугубо добровольной. Сертификат должен подтверждать именно единодушное признание качеств специалиста профессиональным сообществом. Он не может выступать атрибутом какого-то ограничителя, а там более – средством запрета на профессию. Трудовой потенциал, как считается, может базироваться на профессиональных, личностных, творческих характеристиках. В коммуникационной специальности очень важны личностные ориентиры, которые стоит также оценивать при сертификации.

Во-вторых, сертификат должен иметь определенный срок действия. По его прошествии претендент может снова пройти процедуру и получить новый сертификат. Никакие прежние заслуги не должны превращаться в «льготу» для автоматического получения документа, иначе он за короткое время потеряет свою ценность.

В-третьих, поскольку отрасль не крупномасштабная, скорее всего профессиональная сертификация будет платной. Но стоимость должна лишь возмещать реальные затраты по процедуре и не быть завышенной.

Кроме того, сертификация станет определенным показателем – каких выпускников ждут работодатели от вузов.

Например, Российская Ассоциация по связям с общественностью (РАСО) уже разработала и в течение двух лет обсуждает проект профессионального стандарта специальности. Ассоциация является инициатором и держателем профстандарта [4]. РАСО также создала и применяет четкий механизм сертификации специалистов. В ней досконально расписаны процедурные вопросы, чтобы не возникало сомнений по поводу необоснованных отказов. Если кто-то из членов на заседании Исполнительного комитета РАСО по процедуре сертификации проголосовал против, то собирается сертификационная комиссия, которая проводит дополнительные процедуры. Опыт российских коллег положительный и показательный.

В настоящее время имеются определенные достижения. Уже 15 лет проводится конкурс – Международная студенческая PR-конференция «Сиреневый PRорыв» для раскрытия творческого потенциала и поднятия

профессионального уровня PR-студентства и продвижения в Казахстане профессии специалиста по связи с общественностью в целом, также теми, кто интересуется вопросами PR и применением PR в различных сферах деятельности [5]. Студенты КазНУ им. аль-Фараби ежегодно участвуют в ней и занимают призовые места, представляя интересные проекты.

Для PR-профессионалов с целью развития казахстанского PR-рынка, формирования культуры и традиций корпоративных и государственных взаимоотношений с обществом, обмена практическим опытом более пяти лет проводится конкурс «Ақ Мерген» [6]. Изначально в него заложены высокие критерии при отборе проектов, среди экспертов – представители не только известные представители отечественного профессионального сообщества, но и авторитетные специалисты из России и Европы. За короткий срок он приобрел непререкаемый авторитет.

Ежегодно на факультете журналистики проводятся как научные, так и практические конференции по проблемам развития связей с общественностью, совершенствованию образовательной программы, содержания учебных дисциплин. В них участвуют специалисты-практики, а также гости – ученые из России, Европы, Америки.

Все это зарождает последовательно в школьнике, абитуриенте, студенте, выпускника уважение и необходимость интеграции в профессиональное сообщество, знакомит с корпоративной культурой, расширяет профессиональные контакты.

Образовательные программы вузов даже при ежегодной коррекции не смогут отвечать потребностям одной конкретной организации, но эта проблема решается впоследствии повышением квалификации и корпоративным обучением. Вместе с тем студентам, при тесной работе с НАСО, возможно написание дипломной работы на базе той организации, куда впоследствии выпускник планирует идти работать. Также программа преддипломной практики позволяет отработать те профессиональные навыки, которые востребованы именно у конкретного работодателя. И срок этой практика – половина восьмого семестра, вполне достаточен для их трансформации закрепления.

Довольно часто, ведя речь о выпускниках или в целом о специалистах, используется термин «профессионализм». В научной литературе это понятие достаточно разработано и сочетает профессионально важные качества; профессиональные знания, умения и навыки; профессиональную мотивацию; профессиональную самооценку и уровень притязаний; способности к саморегуляции и стрессоустойчивость; особенности профессионального взаимодействия [7]. Думается, именно в данном направлении сейчас важно работать преподавателям в сотрудничестве с профессиональным сообществом. Диапазон профессионализма наших выпускников будет постоянно расширяться.

В западной системе очень сложно найти престижную работу и место, если не получаешь признание профессионального сообщества. Поэтому, например, в США более 500 вузов готовят специалистов коммуникационной сферы сообразно представлениям каждого вуза. И вопросы, связанные со значимостью вашего диплома, в Америке есть, но решаются они по пути наименьшего сопротивления. Здесь нет министерства образования, соответственно, нет и комиссии по признанию эквивалентности документов. Так что вопрос о признании диплома решается непосредственно с работодателем. А они, чаще всего, прислушиваются к мнению отраслевых ассоциаций. И при этом самый главный капитал таких ассоциаций – репутация, и поэтому никто не продает и не выдает незаслуженно сертификаты. На репутации все держится. И, что примечательно, очень многие такие важные бумаги не имеют печати – в профессиональных кругах достаточно должности, фамилия и росписи. Думаю, что нам тоже необходимо стремиться к таким простым и очень показательным критериям. И в Казахстане предстоит огромная работа по PR самой процедуры и сертификата, чтобы он не превращался в фантик, а реально работал.

Список литературы:

1. Чумиков А. Н., Бочаров М.П., Самойленко С.А. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции. - М., 2016. - 520 с.
2. 2. Болонский процесс: практика внедрения в вузах Республики Казахстан. - Астана. – С. 47.
3. <http://adilet.zan.kz/rus/docs/V1300009152>
4. <http://www.raso.ru/profstandart.php>
5. <https://vk.com/prstudentconference>
6. <https://www.facebook.com/akmergen>
7. Деркач А.А. Акмеологические основы развития профессионала. - М., 2004. – С. 32.

Ғылыми басылым

**РОӘК ОӘБ отырысы аясындағы өтетін
«УНИВЕРСИТЕТТЕГІ БІЛІМ БЕРУ БАҒДАРЛАМАЛАРЫНЫҢ
ЭКСПОРТТЫҚ ӘЛЕУЕТІН ЖӘНЕ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІН АРТТЫРУ» атты
47-ші ғылыми-әдістемелік конференциясының
МАТЕРИАЛДАРЫ**

2017 жылдың 26-27 қаңтары

2-кітап

Жинақ авторлық редакциямен беттеліп, жарыққа шықты

ИБ №

Басуға 19.03.2016 жылы қол қойылды. Формат 60x84 ¹/₈.

Көлемі 25,6 б. т. Тапсырыс № . Таралымы 20 дана.

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің

«Қазақ университеті» баспа үйі.

Алматы қаласы, әл-Фараби даңғылы, 71.

«Қазақ университеті» баспа үйі баспаханасында басылды.